



**Tinjauan Desain Visualisasi Media Kampanye  
”Pencanangan UMB Bebas Asap Rokok Periode 27 Mei  
2009 – 31 Desember 2009”**

Laporan Ini Disusun Untuk Memenuhi Persyaratan Kelulusan Program Strata 1 Fakultas Ilmu  
Komunikasi Jurusan Komunikasi Visual

Disusun Oleh :

Nama : Rissa Indrati  
NIM : 44406010012  
Jurusan : Komunikasi Visual

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

PROGRAM STUDI KOMUNIKASI VISUAL  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA  
2010



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

### LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : TINJAUAN DESAIN VISUALISASI MEDIA  
KAMPANYE “PENCANANGAN UMB KAMPUS  
BEBAS ASAP ROKOK PERIODE 27 MEI 2009-31  
DESEMBER 2009”

Nama : Rissa Indrati

NIM : 44406010012

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Visual Communication

Jakarta, 10 Juli 2010

Mengetahui,

Pembimbing I,

( Bayyinah Nurul Haq, S.Sn )



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

### TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : TINJAUAN DESAIN VISUALISASI MEDIA  
KAMPANYE “PENCANANGAN UMB KAMPUS  
BEBAS ASAP ROKOK PERIODE 27 MEI 2009-31  
DESEMBER 2009”

Nama : Rissa Indrati

NIM : 44406010012

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Visual Communication

Jakarta, 23 Juli 2010

1. Ketua Sidang

Nama : Yuka Dian N, S.Sn. M.Hum (\_\_\_\_\_)

2. Penguji Ahli

Nama : Wajar Bimantoro, S.Sn. M.Ds (\_\_\_\_\_)

3. Pembimbing I

Nama : Bayyinah Nurul Haq, S.Sn (\_\_\_\_\_)



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

## LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : TINJAUAN DESAIN VISUALISASI MEDIA  
KAMPANYE “PENCANANGAN UMB KAMPUS  
BEBAS ASAP ROKOK PERIODE 27 MEI 2009-31  
DESEMBER 2009”

Nama : Rissa Indrati

NIM : 44406010012

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Visual Communication

Jakarta, 23 Juli 2010

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Disetujui dan diterima oleh,  
Pembimbing I,

(Bayyinah Nurul Haq, S.Sn)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Bidang Studi Visual Communication

(Dra. Diah Wardhani, M.Si)

(Nurprapti W. Widiyastuti, S.Sos. M.Si)

## ABSTRAKSI

Rissa Indrati (44406010012)

TINJAUAN DESAIN VISUALISASI MEDIA KAMPANYE “Pencanangan UMB Kampus Bebas Asap Rokok Periode 27 Mei 2009-31 Desember 2009”

(xiii+194 halaman, 5 bagan, 3 tabel, 41 gambar, ...lampiran)

Pada dasarnya dibalik kesuksesan setiap kampanye selalu hadir pada perancangan pesan yang sensitif dan kreatif. Perancangan pesan ini umumnya memiliki kepekaan dalam mengidentifikasi karakteristik khalayaknya dan memiliki kreativitas dalam mendesain pesan sesuai ciri-ciri umum khalayak yang menjadi sasaran utama. Universitas Mercu Buana (UMB) melakukan kampanye “Pencanangan UMB Kampus Bebas Asap Rokok Periode 27 Mei 2009-31 Desember 2009”. UMB memiliki media sebagai sarana kampanye tetapi fenomena yang terjadi media kampanye tersebut tidak direspon dengan baik oleh khalayaknya. Tujuan penelitian ini adalah meninjau desain visualisasi media kampanye tersebut dengan *critical theory* berdasarkan parameter *good design theory*.

Untuk mengetahui parameter *good design theory*, teori yang digunakan adalah teori *Dieter Rams* tentang *good design theory* serta penelitian ini juga didukung oleh teori kampanye *Rogers* dan *Snyder* (2002) dan juga *Bettinghaus* (1973); *Applbaum & Anatol* (1976); *Shimp* dan *Delozer* (1986) serta *Johston* (1994) tentang aspek penting apa saja yang harus diperhatikan dalam merancang sebuah isi pesan kampanye sosial terutama pada kampanye anti rokok.

Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif dan studi kasus jamak dengan *single level analysis*. Dimana masalah penelitian ini berupa desain visualisasi media kampanye anti rokok UMB berbasis cetak media-media tersebut adalah spanduk, banner, mini paper, umbul-umbul, stiker, poster, rompi, kaos, pin, backdrop.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa desain visualisasi media kampanye tersebut secara pemilihan tempat cenderung tidak mengganggu dan secara identitas institusi benar karena terdapat logo UMB hampir disetiap medianya, tetapi tidak memiliki identitas sebagai satu kesatuan desain visualisasi media kampanye anti rokok karena tidak memiliki konsistensi pada desain visualisasi medianya sehingga tidak terlihat benang merah, serta tidak inovatif karena tidak berbeda dengan desain visualisasi acara lain, sehingga tidak estetis karena tidak memiliki daya tarik maka tidak dapat memenuhi fungsinya sebagai sarana kampanye dan juga tidak memiliki sistem keamanan bagi medianya.

## KATA PENGANTAR

Atas selesainya penulisan skripsi dengan judul “TINJAUAN DESAIN VISUALISASI MEDIA KAMPANYE “Pencanangan UMB Kampus Bebas Asap Rokok Periode 27 Mei 2009-31 Desember 2009” ini, penulis mengucapkan syukur Alhamdulillah kepada Allah SWT. Yang telah memberikan rahmat dan hidayah serta anugerah, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan lancar tanpa kendala.

Latar belakang penelitian yang dilakukan penulis ini karena masih sedikitnya penelitian-penelitian mengenai tinjauan desain visualisasi pada media dalam sebuah karya visual terutama dengan menggunakan acuan *critical theory* berdasarkan *good design theory* bagi sebuah kampanye sosial. Untuk itulah penulis berharap skripsi ini berguna bagi pengembangan penelitian dalam ilmu komunikasi terutama komunikasi visual. Serta untuk menjadi salah satu syarat mendapatkan gelar Starta 1 semakin terbuka lebar. Penulis mengucapkan permintaan maaf yang sebesar-besarnya jika dalam penulisan skripsi ini terdapat kesalahan dalam penulisan kata-kata ataupun lainnya.

Tidak lupa saya ucapkan banyak terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini, antara lain :

1. ALLAH SWT
2. Nabi Muhammad SAW
3. Ayahanda Dj.Heru Kuncoro dan Ibunda Martuti, selaku orang tua saya yang telah memberikan kesempatan untuk menjalani pendidikan kejenjang yang lebih tinggi. Thank’s mommy and daddy!

4. Saudara-saudara kandung saya yang telah memberikan support, ledekan dan caci makian sehingga saya dapat terus semangat dalam mengerjakan laporan magang ini : Indri Amanda, Winda Triandini, dan Maylinda. Big hug and kiss muuaacchh .
5. Ibu Bayyinah Nurul Haq, S.sn selaku pembimbing dalam penyusunan skripsi ini. Terima kasih buuuuaanyyaakkk bu.
6. Ibu Nurprapti W.W, S.Sos. M.Si. selaku Ketua Program Studi Visual Communication. Terima kasih telah membimbing saya.
7. Ibu Ranti Mardianti, S.sn. M.Sn terima kasih masukannya, Bapak Wajar Bimantoro, S.sn, MDes (terima kasih telah mendengarkan curhat colongan saya), Bapak Lukman, Miss Ety, Bapak yuka, Bapak Agus Budi, Ibu Yunoke, Ibu Nurlela, serta Ibu Tri Diah selaku pembimbing akademik. Maaf jika ada yang terlewat karena tidak bisa disebutkan semua. Terima kasih.
8. My best bro' and sist': nabil, angga, safa, ka'jia, mba ulan, gama, daus dan fatan yang selalu menghibur dan suka menghasut untuk bermalas-malasan.
9. My only one Putra Firmansyah, yang telah membantu dan menjadi orang yang membackup saya dalam penyusunan skripsi ini serta selalu memberikan cemilan, tumpangan, semangat, keributan, yang sangat cerewet dan nyebelin, serta cinta yang melimpah hingga tumpah kemana-mana. Love 'seng muchhh.

10. Seluruh staff TU Fakultas Ilmu Komunikasi, atas bantuannya dalam pembuatan surat-surat pada kegiatan magang special thank's for mba Lila.
11. Teman-teman seperjuangan komvis 06 bersatu : Ega, Qodel, Tia, neng(zaidah), Reza, Paul, Yudi(papa), 'Mbe, kentung, zay, joko, puy, ikmal, padang, joni, angga, serta dito yang terus memberi sanjungan.
12. Kepada para gladish : beqi, kutil, echot, nong, lala, uni, almarhum ani, mama indra, joko yang telah memberikan semangatnya.
13. Teman-teman subleng : cici, dita, memed, richi, agiel, buyung, boti, nika, tri, dll. Thanks ya guys.
14. Serta semua pihak yang telah membantu.

Besar harapan bagi saya ivitas Akademia Fakultas Mercu Buana dapat memperoleh pengetahuan dari skripsi ini.

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, Juli 2010

Rissa Indrati



## KATA PENGANTAR

Atas selesainya penulisan skripsi dengan judul “TINJAUAN DESAIN VISUALISASI MEDIA KAMPANYE “Pencanangan UMB Kampus Bebas Asap Rokok Periode 27 Mei 2009-31 Desember 2009” ini, penulis mengucapkan syukur Alhamdulillah kepada Allah SWT. Yang telah memberikan rahmat dan hidayah serta anugerah, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan lancar tanpa kendala.

Latar belakang penelitian yang dilakukan penulis ini karena masih sedikitnya penelitian-penelitian mengenai tinjauan desain visualisasi pada media dalam sebuah karya visual terutama dengan menggunakan acuan *critical theory* berdasarkan *good design theory* bagi sebuah kampanye sosial. Untuk itulah penulis berharap skripsi ini berguna bagi pengembangan penelitian dalam ilmu komunikasi terutama komunikasi visual. Serta untuk menjadi salah satu syarat mendapatkan gelar Starta 1 semakin terbuka lebar. Penulis mengucapkan permintaan maaf yang sebesar-besarnya jika dalam penulisan skripsi ini terdapat kesalahan dalam penulisan kata-kata ataupun lainnya.

Tidak lupa saya ucapkan banyak terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini, antara lain :

1. ALLAH SWT
2. Nabi Muhammad SAW
3. Ayahanda Dj.Heru Kuncoro dan Ibunda Martuti, selaku orang tua saya yang telah memberikan kesempatan untuk menjalani pendidikan kejenjang yang lebih tinggi. Thank’s mommy and daddy!
4. Saudara-saudara kandung saya yang telah memberikan support, ledakan dan caci makian sehingga saya dapat terus semangat dalam mengerjakan

laporan magang ini : Indri Amanda, Winda Triandini, dan Maylinda. Big hug and kiss muuaacchh .

5. Ibu Bayyinah Nurul Haq, S.sn selaku pembimbing dalam penyusunan skripsi ini. Terima kasih buuuuaanyyaakkk bu.
6. Ibu Nurprapti W.W, S.Sos. M.Si. selaku Ketua Program Studi Visual Communication. Terima kasih telah membimbing saya.
7. Ibu Ranti Mardianti, S.sn. M.Sn terima kasih masukannya, Bapak Wajar Bimantoro, S.sn, MDes (terima kasih telah mendengarkan curhat colongan saya), Bapak Lukman, Miss Ety, Bapak yuka, Bapak Agus Budi, Ibu Yunoke, Ibu Nurlela, serta Ibu Tri Diah selaku pembimbing akademik. Maaf jika ada yang terlewat karena tidak bisa disebutkan semua. Terima kasih.
8. My best bro' and sist': nabil, angga, safa, ka'jia, mba ulan, gama, daus dan fatan yang selalu menghibur dan suka menghasut untuk bermalasan.
9. My only one Putra Firmansyah, yang telah membantu dan menjadi orang yang membackup saya dalam penyusunan skripsi ini serta selalu memberikan cemilan, tumpangan, semangat, keributan, yang sangat cerewet dan nyebelin, serta cinta yang melimpah hingga tumpah kemana-mana. Love 'seng muchhh.
10. Seluruh staff TU Fakultas Ilmu Komunikasi, atas bantuannya dalam pembuatan surat-surat special thank's for mba Lila dan mas Jay.
11. Teman-teman seperjuangan komvis 06 bersatu : Ega, Qodel, Tia, neng(zaidah), Reza, Paul, Yudi(papa), 'Mbe, kentung, zay, joko, puy, ikmal, padang, joni, angga, serta dito yang terus memberi sanjungan.

12. Kepada para gladish : beqi, kutil, echot, nong, lala, uni, almarhum ani, mama indra, joko yang telah memberikan semangatnya.
13. Teman-teman subleng : cici, dita, memed, richi, agiel, buyung, boti, nika, tri, dll. Thanks ya guys.
14. Serta semua pihak yang telah membantu.

Besar harapan bagi saya ivitas Akademia Fakultas Mercu Buana dapat memperoleh pengetahuan dari skripsi ini.



Jakarta, 23 Juli 2010

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Rissa Indrati

## DAFTAR ISI

ABSTRAKSI .....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI .....	v
DAFTAR BAGAN.....	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
BAB I      PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar belakang .....	1-6
1.2 Perumusan masalah .....	6-7
1.3 Tujuan penelitian .....	7
1.4 Manfaat penelitian .....	8
1.4.1 Akademis .....	8
1.4.2 Praktis .....	8
BAB II      TINJAUAN PUSTAKA .....	9
2.1 komunikasi massa .....	9-12
2.2 kampanye.....	13-14
2.2.1 Jenis-jenis kampanye .....	14-15
2.2.2 Pesan kampanye sosial dan kampanye anti rokok ....	15-17
2.2.3 Khalayak sasaran kampanye anti rokok .....	18
2.2.4 Media kampanye anti rokok .....	19-20
2.3 Desain komunikasi visual (DKV) .....	21-22
2.3.1 Teori desain .....	22-23
2.3.2 Prinsip desain .....	23

	2.3.2.1 Tata letak (layout) .....	23-26
	2.3.2.2 Tipografi .....	26-27
	2.3.2.3 Warna .....	28-31
	2.3.3 Aspek visual pembentuk tanda .....	31-34
	2.4 Dieter Ram's sepuluh prinsip untuk " <i>Good Design Theory</i> "..	34-37
	2.5 Desain komunikasi visual dalam psikologi persepsi .....	37
	2.5.1 Psikologi persepsi .....	37-38
	2.5.2 peran psikologi persepsi dalam .....	
	desain komunikasi visual .....	39-42
	2.5.3 Prinsip persepsi dan desain pesan .....	42-45
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN.....	46
	3.1 Tipe penelitian .....	46-48
	3.2 Metode penelitian .....	48-49
	3.3 Subjek penelitian .....	49
	3.4 Teknik pengumpulan data .....	49
	3.4.1 Data Primer .....	49-50
	3.4.2 Data sekunder .....	50
	3.5 Definisi konsep dan fokus penelitian .....	51-53
	3.6 Teknik analisis data .....	53
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	54
	4.1 Gambaran Umum "Pencanangan UMB .....	
	Bebas Asap Rokok Periode 27 mei .....	
	2009- 31 desember 2009 .....	54
	4.1.1 Khalayak sasaran kampanye .....	
	"Pencanangan UMB bebas Asap Rokok .....	
	Periode 27 mei 2009- 31 desember 2009".....	55

4.1.2	Media visualisasi kampanye .....	
	Pencanangan UMB bebas Asap Rokok .....	
	Periode 27 mei 2009- 31 desember 2009”.....	55-57
4.2	Metode penelitian .....	58-65
4.3	Analisis data .....	66-108
4.4	Hasil penelitian .....	109
4.4.1	Spanduk .....	109-117
4.4.2	Banner .....	118
4.4.2.1	Banner A .....	118-124
4.4.2.2	Banner B .....	125- 131
4.4.3	Mini paper .....	131
4.4.3.1	Mini paper A .....	131-136
4.4.3.2	Mini paper B .....	137-142
4.4.4	Umbul-umbul .....	142-149
4.4.5	Stiker .....	149-155
4.4.6	Poster .....	155
4.4.6.1	Poster A .....	155-161
4.4.6.2	Poster B .....	162-167
4.4.6.3	Poster C .....	168-173
4.4.7	Rompi .....	174-177
4.4.8	Kaos .....	178-181
4.4.9	Pin .....	181-185
4.4.10	Backdrop .....	185-191
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN .....	192
5.1	Kesimpulan .....	192-193
5.2	Saran .....	194

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR BAGAN

Bagan 4.3.1.	Cara baca matriks pada layout .....108-109
Bagan 4.3.2.	Cara baca matriks pada tipografi .....110-111
Bagan 4.3.3.	Cara baca matriks pada warna .....112-113
Bagan 4.3.4.	Cara baca matriks pada bentuk .....114
Bagan 4.3.5.	Cara baca matriks pada pragmatik .....115-116





## DAFTAR TABEL

Table 2.3.2.3.1	Asosiasi warna .....	32
Table 4.1.2.1	Survey media UMB .....	57
Table 4.1.2.2	Survey media UMB .....	57



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1.	Contoh media berbasis cetak , poster dalam kampanye..... “Pencanangan UMB Kampus Bebas Asap Rokok ..... Periode 27 Mei 2009- 31 Desember 2009”.....3
Gambar 1.2.	Pelanggaran yang dilakukan warga UMB.....4
Gambar 2.3.3.1.	Prinsip proximity .....44
Gambar 2.3.3.2.	Prinsip similarity .....45
Gambar 2.3.3.3.	Prinsip continuity .....46
Gambar 4.2.1.	Desain visualisasi media spanduk ..... “Pencanangan UMB Kampus Bebas Asap Rokok ..... Periode 27 Mei 2009- 31 Desember 2009”.....59
Gambar 4.2.2.	Desain visualisasi media banner ..... “Pencanangan UMB Kampus Bebas Asap Rokok ..... Periode 27 Mei 2009- 31 Desember 2009”.....60
Gambar 4.2.3.	Desain visualisasi media mini paper ..... “Pencanangan UMB Kampus Bebas Asap Rokok ..... Periode 27 Mei 2009- 31 Desember 2009”.....61
Gambar 4.2.4.	Desain visualisasi media umbul-umbul ..... “Pencanangan UMB Kampus Bebas Asap Rokok ..... Periode 27 Mei 2009- 31 Desember 2009”.....62
Gambar 4.2.5.	Desain visualisasi media stiker ..... “Pencanangan UMB Kampus Bebas Asap Rokok ..... Periode 27 Mei 2009- 31 Desember 2009”.....62

Gambar 4.2.6.	Desain visualisasi media poster .....	
	“Pencanangan UMB Kampus Bebas Asap Rokok .....	
	Periode 27 Mei 2009- 31 Desember 2009”.....	64
Gambar 4.2.7.	Desain visualisasi media rompi. ....	
	“Pencanangan UMB Kampus Bebas Asap Rokok .....	
	Periode 27 Mei 2009- 31 Desember 2009”.....	65
Gambar 4.2.8.	Desain visualisasi media kaos .....	
	“Pencanangan UMB Kampus Bebas Asap Rokok .....	
	Periode 27 Mei 2009- 31 Desember 2009”.....	65
Gambar 4.2.9.	Desain visualisasi media pin .....	
	“Pencanangan UMB Kampus Bebas Asap Rokok .....	
	Periode 27 Mei 2009- 31 Desember 2009”.....	66
Gambar 4.2.10.	Desain visualisasi media backdrop .....	
	“Pencanangan UMB Kampus Bebas Asap Rokok .....	
	Periode 27 Mei 2009- 31 Desember 2009”.....	66
Gambar 4.4.1.1.	Sketsa desain visualisasi media spanduk .....	
	Kampanye anti rokok UMB .....	117
Gambar 4.4.1. 2.	Sketsa desain visualisasi media spanduk yang lain ....	118
Gambar 4.4.2.1.1.	Sketsa desain visualisasi media banner.....	
	Kampanye anti rokok UMB .....	126
Gambar 4.4.2.1.2.	Sketsa desain visualisasi media banner .....	
	Untuk komplain biro humas n cc UMB .....	127
Gambar 4.4.2.2.1.	Sketsa desain visualisasi media banner b.....	
	Kampanye anti rokok UMB .....	133

Gambar 4.4.2.2.2.	Sketsa desain visualisasi media banner .....	
	Untuk pengumuman kelas regular .....	134
Gambar 4.4.3.1.1.	Sketsa desain visualisasi media mini paper a .....	
	Kampanye anti rokok UMB .....	140
Gambar 4.4.3.1.2.	Sketsa desain visualisasi media mini paper .....	
	Untuk kampanye go green UMB .....	141
Gambar 4.4.3.2.1.	Sketsa desain visualisasi media mini paper b .....	
	Kampanye anti rokok UMB .....	147
Gambar 4.4.3.2.2.	Sketsa desain visualisasi media mini paper .....	
	Untuk kampanye go green UMB .....	147
Gambar 4.4.4.1.	Sketsa desain visualisasi media umbul-umbul .....	
	Kampanye anti rokok UMB .....	153
Gambar 4.4.4.2.	Sketsa desain visualisasi media umbul-umbul lain .....	
	Yang dimiliki UMB .....	154
Gambar 4.4.5.1.	Sketsa desain visualisasi media stiker .....	
	Kampanye anti rokok UMB .....	161
Gambar 4.4.5.2.	Sketsa desain visualisasi media stiker .....	
	Untuk kampanye go green UMB .....	161-162
Gambar 4.4.6.1.1.	Sketsa desain visualisasi media poster a .....	
	Kampanye anti rokok UMB .....	168
Gambar 4.4.6.1.2.	Sketsa desain visualisasi media poster Untuk .....	
	Kampanye anti rokok yang dibiasa berada di tempat....	
	Kesahatan .....	168
Gambar 4.4.6.2.1.	Sketsa desain visualisasi media poster b .....	
	Kampanye anti rokok UMB .....	175

Gambar 4.4.6.2.2.	Sketsa desain visualisasi media poster .yang lain .....	175
Gambar 4.4.6.3.1.	Sketsa desain visualisasi media poster c .....	
	Kampanye anti rokok UMB .....	181
Gambar 4.4.6.3.2.	Sketsa desain visualisasi media poster untuk .....	
	Kampanye anti rokok yang dibiasa berada di tempat....	
	Kesahatan .....	182
Gambar 4.4.7.1.	Sketsa desain visualisasi media rompi .....	
	Kampanye anti rokok UMB .....	188
Gambar 4.4.8.1.	Sketsa desain visualisasi media kaos .....	
	Kampanye anti rokok UMB .....	192
Gambar 4.4.9.1.	Sketsa desain visualisasi pin .....	
	Kampanye anti rokok UMB .....	196
Gambar 4.4.9.2.	Sketsa desain visualisasi pin .....	
	Untuk ulang tahun UMB .....	196
Gambar 4.4.10.1.	Sketsa desain visualisasi backdrop .....	
	Kampanye anti rokok UMB .....	200
Gambar 4.4.10.2.	Sketsa desain visualisasi backdrop .....	
	Untuk gemuruh budaya indonesiaku.....	200